

26. August 2014, 18:14

## Ende der Bildungsarbeit

# McDonald's fliegt von der Schule

Eine Burger-Braterei als Ernährungsberater für Kinder, das ging vielen Eltern und Erziehern zu weit. Sie wehrten sich gegen den Einfluss von McDonald's in der Schule - erfolgreich.

Dass ausgerechnet die Fast-Food-Kette McDonald's Ernährungstipps an Schulen geben darf, hat vor gut einem Jahr viel Ärger provoziert. Nach heftigen Protesten, vor allem von Eltern, soll damit nun Schluss sein. Die Stiftung Verbraucherschutz habe die Zusammenarbeit mit der Kette bei der Bildungsarbeit in Schulen beendet, teilte Foodwatch mit, der Bundesverband der Verbraucherzentralen bestätigte die Meldung.

37 000 Menschen hatten sich zuvor an einer entsprechenden Unterschriftenaktion beteiligt. Eine Burger- und Pommes-Braterei als Ernährungsberater von Kindern und Jugendlichen, das ging dann doch vielen Eltern und Erziehern zu weit.

Lebensmittelkonzerne und Unternehmen aus anderen Branchen versuchen seit längerem, Einfluss auf den Unterricht an den Schulen zu nehmen. Kritiker hegen jedoch den Verdacht, dass es den Firmen dabei weniger darum geht, Schüler zu mündigen Verbrauchern zu erziehen, sondern mehr darum, versteckte Werbung für ihre Produkte zu betreiben. Ein Vorwurf, der in der Wirtschaft stets zurückgewiesen wird.

Die Beteiligung von McDonald's am "Bündnis für Verbraucherschutz" sorgte im Frühjahr 2013 auch deshalb für großen Wirbel, weil die Aktion von der Stiftung Verbraucherschutz ausging, die immerhin eine Organisation des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen ist. Deren Aufgabe besteht eigentlich darin, Konsumenten vor einer allzu übergriffigen Wirtschaft zu schützen. Hinter dem umstrittenen Projekt stand damals auch die frühere Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner (CSU).

Bei McDonalds ist man verärgert. Ein Sprecher sagt der SZ: "Wir sind über die Kündigung und die Art und Weise wie sie erfolgt ist äußerst irritiert! Die Kündigung erfolgte ohne tatsächliche Nennung von Beweggründen und ohne ein persönliches Gespräch." McDonalds sei schließlich von der Stiftung selbst in das Bündnis eingeladen worden.

Foodwatch wertet den Ausschluss der Fast-Food-Kette als ersten Schritt, dem weitere folgen müssten. "Schulen sollten frei von kommerziellen Interessen sein", fordert der Foodwatch-Experte Oliver Huizinga. Für ihn geht es bei der Kritik nicht ausschließlich um McDonald's. Andere Firmen aus der Lebensmittelbranche sind nach wie als Partner im "Bündnis für Verbraucherbildung" gelistet, darunter die Händler Metro, Edeka, Rewe und Tchibo. Auch Unternehmen aus anderen Branchen sind vertreten, etwa Commerzbank, Deutsche Telekom oder ING-Diba.